



# O MOVIMENTO bstory



# SUMÁRIO

---



# O MOVIMENTO

---

O Movimento “bstory - A experiência que transforma” é uma iniciativa criada pelo Gecom – Grupo Empresarial de Comunicação em parceria e sob a liderança dos executivos Paulo José Marinho e Daniel Marinho. O empreendimento nasce com o objetivo de dar protagonismo e apoio à geração 50+, faixa cada vez mais numerosa da sociedade, bem como reconhecer, valorizar e compartilhar experiências, histórias e legados de pessoas e instituições de setores relevantes para a sociedade, tendo como foco e objetivo maior o combate ao etarismo.

O intuito é construir um movimento dinâmico e abrangente capaz de reunir esses profissionais em torno de um ecossistema de disseminação, troca, diálogos e escutas com vista a missão de valorizar a experiência e o talento profissional e, do mesmo modo, combater o etarismo e os preconceitos nele embutidos. E ainda permitir a conexão do Brasil com outros mercados, fortalecendo internacionalmente a reputação do País nas discussões e trocas sobre o tema.



# O PONTO DE PARTIDA

---

O ponto de partida da jornada do Movimento bstory é a criação do Prêmio bstory - A experiência que transforma, que tem por objetivo mobilizar os múltiplos segmentos profissionais do País na jornada antietarismo, valorizando trajetórias bem-sucedidas que homens e mulheres aportaram à causa, nas múltiplas atividades a que têm se dedicado ao longo de suas carreiras no País.

A implementação desse prêmio abrirá o caminho para o desenvolvimento de atividades complementares e que serão exploradas por uma plataforma exclusiva, a Plataforma bstory, que reunirá conteúdos especiais sobre o tema, perfis profissionais, artigos, entrevistas e que também será adotada para a promoção de encontros, como congressos, seminários, fóruns, workshops etc.

# bstory

## A MARCA

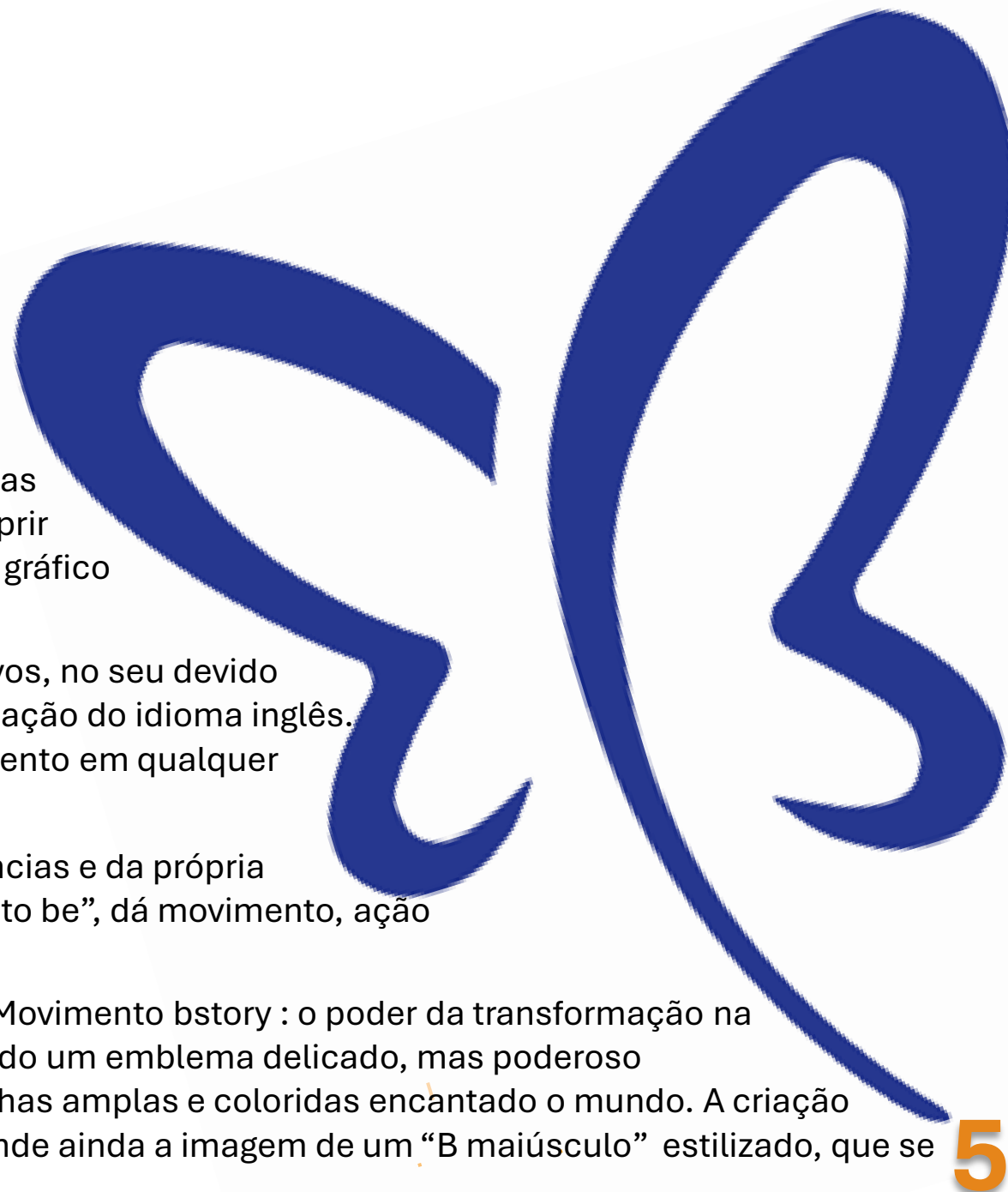
---

Em um mundo onde palavras e imagens moldam destinos, a marca bstory surge com uma visão singular: dar vida aos legados de pessoas e mostrar o poder de transformação dessas experiências. Para cumprir esta tarefa contamos com a concepção da ideia e desenvolvimento gráfico do designer Vitor Patch, sócio da Yemni – Branding, Design & Comn.

O nome bstory não foi por acaso. No intuito de firmar nossos objetivos, no seu devido tempo, para além das fronteiras do país, preferência foi dada à utilização do idioma inglês. Optou-se pela utilização de símbolos simples e de fácil reconhecimento em qualquer parte do planeta.

A escolha da palavra “story” remete às histórias de vida, de experiências e da própria existência. Enquanto o “b”, representação fonética do verbo inglês “to be”, dá movimento, ação e capacidade de realização às narrativas.

A procura por um símbolo para a marca centrou-se na essência do Movimento bstory : o poder da transformação na defesa de causas positivas. Para simbolizar essa crença, foi escolhido um emblema delicado, mas poderoso — a borboleta. Aquela que ao sair do seu casulo, projeta-se com linhas amplas e coloridas encantando o mundo. A criação da imagem da borboleta vai além. Parte da criação concebida esconde ainda a imagem de um “B maiúsculo” estilizado, que se reporta à parte escrita da marca bstory.



# O CENÁRIO



O envelhecimento da população é fato.

Estudo da Organização Mundial de Saúde aponta que, em 2030, o Brasil terá a quinta população mais idosa do mundo. Atualmente, há 54 milhões de brasileiros na faixa etária dos 50 anos, quase um quarto da população. Segundo estudo da Fundação Getúlio Vargas (FGV), em 2040, 57% da força de trabalho do país será composta por pessoas acima dos 45 anos.

Agrega a constatação que, segundo o IBGE, os idosos deixaram de ser em 2023 a menor fatia da população brasileira, sendo superada pela faixa dos 15 a 24 anos. O instituto estima que daqui a duas décadas as pessoas com mais de 60 anos serão maioria no país.

A mesma preocupação extrapola nossas fronteiras. Susan Golden no livro “Stage (Not Age): How to Understand and Serve People Over 60 - the Fastest Growing, Most Dynamic Market in the World” afirma que atualmente as pessoas com mais de 60 anos já compõem um mercado global de 22 trilhões de dólares. Oportunidade comercial pronta para ser desbravada por empresas que repensem a forma de distinguir os idosos.

# O CONSELHO CONSULTIVO

---

“A união faz a força” não é só um ditado popular, mas sim uma realidade que faz a diferença, sobretudo quando as intenções são positivas.

Um projeto dessa natureza e envergadura só contará com chances reais de ganhar o mercado se conseguir reunir, em torno da causa advogada, um grupo experiente e talentoso de profissionais que, por força de sua atuação e respectivas conexões, consiga contribuir para fomentar e implementar a ideia junto a lideranças dos mais diversos segmentos produtivos do País.

Sem dúvida, nada melhor que contarmos com a parceria dos dirigentes e líderes de comunicação das principais organizações e empresas do País. Este grupo seletivo estará ao lado dos organizadores nessa causa, por estes assumida como uma missão.

Identificamos 25 segmentos produtivos que poderão ser impactados por esse projeto e que estão detalhados mais à frente (ANEXO I). Com isso, nosso desafio é chegar a todos eles com credibilidade para angariar confiança e adesões.



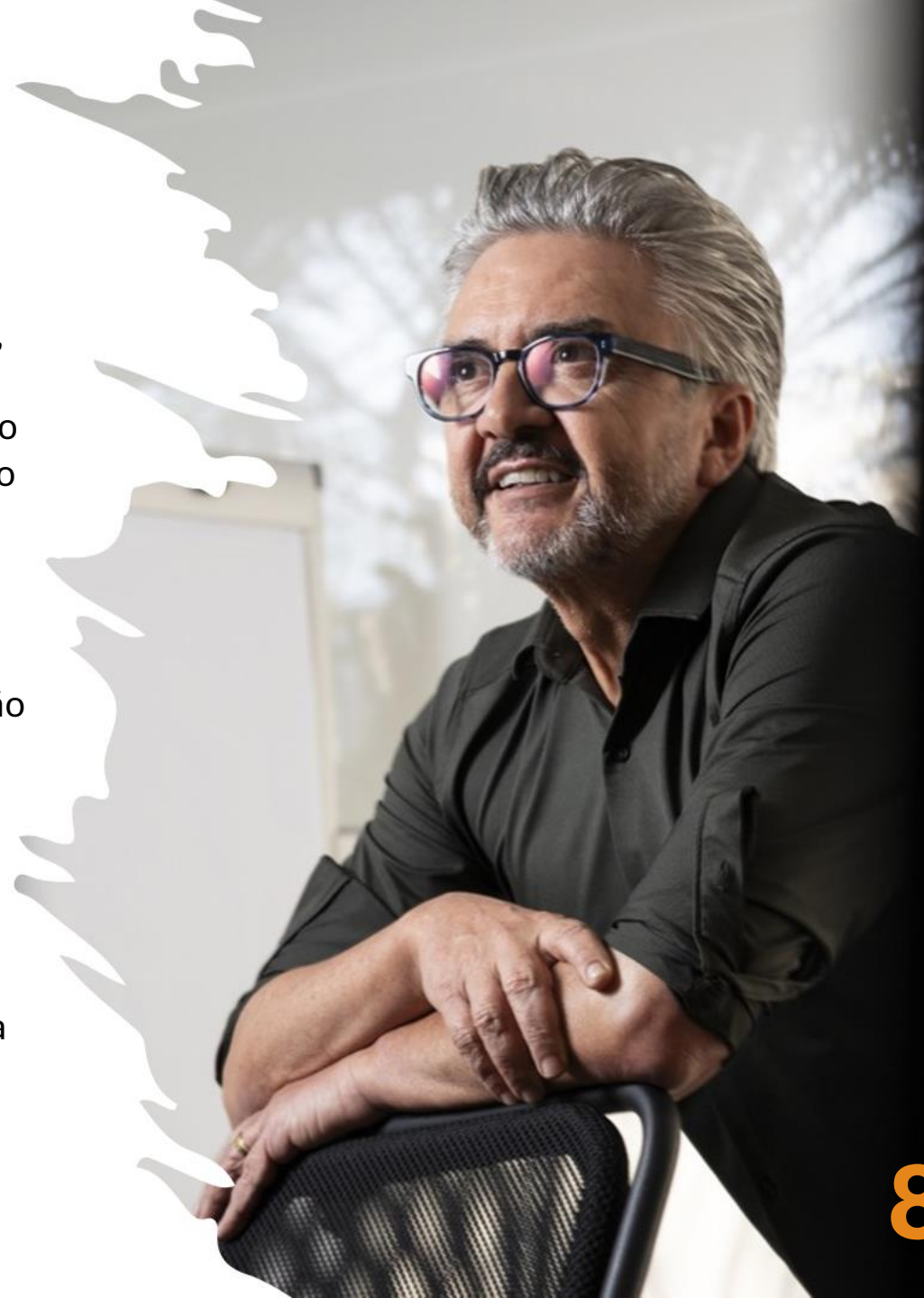
# O DESAFIO

---

A história do Gecom e dos líderes do projeto na atividade da comunicação, superior a 30 anos, nos fez vislumbrar a oportunidade de propor uma parceria inédita a dirigentes e líderes de comunicação corporativa de nosso mercado, para, com este grupo, construir uma rede de apoio e participação com pessoas que se mostrarem sensíveis e interessadas em iniciativas dessa natureza, o que significa abranger praticamente todos aqueles segmentos.

Dirigentes e líderes que aceitarem atuar em parceria com essa iniciativa vão integrar o Conselho Consultivo do Movimento bstory.

É de se imaginar, inicialmente, que levar uma proposta dessa natureza aos colegas que lideram a comunicação corporativa nas empresas possa parecer um ônus para quem já tem inúmeros e relevantes problemas para resolver no dia a dia (planejamentos, ações, negociações, atendimento, gestão de equipes, geração de resultados etc.). Mas a ideia dessa proposta é que ela seja vista não como um encargo, mas como uma oportunidade nobre de integrar e dar vida a uma causa prestigiosa, uma bandeira de valorização da experiência, um bônus reputacional.





# A OPORTUNIDADE

---

Além dos aspectos positivos, já listados, de fazer parte do Conselho Consultivo do bstory, podemos ainda acrescentar:

- A credibilidade dos organizadores, alicerçada na história do Gecom e do Prêmio Jatobá PR e no conjunto de realizações, ao longo das últimas décadas, das empresas que compõem o Gecom (Boxnet, Business News, Jornalistas Editora, Mega Brasil) e dos executivos que se aliaram e estão à frente do projeto, Paulo José Marinho e Daniel Marinho;
- O intercâmbio de prestígio: dos organizadores, dos conselheiros e das empresas com a comunidade 50+ e com grande parte da sociedade que se preocupa com a causa;
- Será uma participação predominantemente honorífica, numa ação que tem tudo para se constituir numa vitrine reputacional;
- E, não envolverá investimento financeiro algum.

Os membros do Conselho Consultivo serão os responsáveis pela identificação de protagonistas abnegados, talentosos e de reconhecido valor por suas atuações em prol do antietarismo, que possam ser indicados para concorrer à premiação, nas diversas categorias. Farão, também, parte da Comissão de Julgamento do Prêmio bstory - A experiência que transforma.

# O PRÊMIO



Prêmio bstory – A experiência que transforma nasce focado em dar visibilidade e reconhecimento a indivíduos ou organizações que produziram trabalhos e iniciativas na defesa, ou em prol de soluções ou incentivos em favor da causa anti-tarismo.

A cada edição serão eleitos, entre as 25 categorias de negócios (ANEXO I), as pessoas, projetos ou organizações que mais tenham contribuído com a temática do anti-tarismo.

A meta é premiar as melhores indicações das categorias escolhidas. Cada uma contará com três finalistas, que serão convidados para a cerimônia de premiação. E a todos serão distribuídas medalhas, cabendo a de ouro ao 1º lugar, a de prata, ao 2º lugar e a de bronze, ao 3º lugar. Todos os demais indicados receberão certificado de participação e reconhecimento.

O modus operandi do prêmio inicia-se com a participação do Conselho Consultivo do Movimento bstory, a rede prestigiosa que contribui para a consolidação e expansão do Prêmio bstory - A experiência que transforma, nas indicações dos protagonistas reconhecidos pelo valor de suas atuações em prol do anti-tarismo.

# MODUS OPERANDI

---

Os membros do Conselho Consultivo serão divididos em Comitês responsáveis na operacionalidade das 25 categorias, cabendo a escolha frente as expertises dentro de suas áreas de atuação. Cada conselheiro poderá indicar até 3 personalidades ou trabalhos desenvolvidos por organizações da sua área, tendo por referência o assunto “antietarismo”. Número de indicações para cada segmento ficará sujeito ao total das indicações feitas pelos Comitês.

Os conselheiros, além da indicação dos trabalhos, também atuarão como jurados do segmento em que participam, e o farão por meio de votação confidencial online, com base em 10 critérios previamente estabelecidos. A média final de cada trabalho será o valor apontado para sua classificação dentro da categoria referenciada. As 3 maiores médias de cada categoria, terão seus trabalhos laureados. A maior em primeiro lugar, a segunda em segundo, seguida da terceira. Importante ressaltar que todo o ciclo da premiação será acompanhado por organização independente de auditoria.

Faz parte dos planos do Movimento bstory reunir os laureados em evento especial – presencial ou digital – com o objetivo de compartilhar as experiências vencedoras e promover o networking profissional.

# CAPTAÇÃO DE RECURSOS

O Movimento bstory tem sua estratégia de captação de recursos financeiros baseadas em duas frentes distintas: patrocínios e consultorias.

A venda de patrocínio será voltada para marcas que queiram se associar a uma das categorias do prêmio, aos fóruns, palestras e seminários ou ao Movimento bstory como um todo.

No eixo das consultorias, vamos focar na possibilidade dos profissionais associados à bstory disponibilizarem seus conhecimentos, expertises e experiências ao mercado, abrindo espaço para que eles apresentem suas propostas de consultorias, mentorias, assessorias e aconselhamentos. A contribuição da bstory para que estes profissionais tenham mais um canal de conexões com o mercado, será remunerada através de coparticipações contratadas antecipadamente.



# QUEM FAZ

---



**Daniel Marinho** – Relações Públicas, executivo de comunicação corporativa com mais de 34 anos de trajetória profissional em empresas públicas e privadas no Brasil, Estados Unidos e Portugal.



**Eduardo Cesário Ribeiro** – Jornalista, publisher do Jornalistas & Cia, fundador e sócio do Gecom – Grupo Empresarial de Comunicação, responsável pela organização do Prêmio Jatobá PR.



**Helio Garcia** – Administrador de Empresas, CEO da Business News Brasil, fundo de private equity, fundador e sócio do Gecom, responsável pela organização do Prêmio Jatobá PR.



**Marco Antonio Rossi** – Jornalista, sócio-diretor da Mega Brasil Comunicação, fundador e sócio do Gecom – Grupo Empresarial de Comunicação, responsável pela organização do Prêmio Jatobá PR.



**Paulo José Marinho** – Jornalista, com mais de 30 anos de atuação em veículos de comunicação e executivo de comunicação corporativa. Por 17 anos liderou a Comunicação Corporativa do Itaú.



**Thales Toffoli** – Físico, CEO da Boxnet, fundador e sócio do Gecom – Grupo Empresarial de Comunicação, responsável pela organização do Prêmio Jatobá PR.



# ANEXO I

O Prêmio bstory - A experiência que transforma tem como alvo 25 setores relevantes da economia brasileira. No modus operandi do prêmio, os membros do Conselho Consultivo serão divididos em 10 Comitês, que cobrirão os 25 setores alvos da premiação. Lista dos comitês:

## COMITÊS

- |                |  |                 |   |
|----------------|--|-----------------|---|
| 1 <sup>a</sup> | AGRONEGÓCIO / ALIMENTOS E BEBIDAS                                      | 6 <sup>a</sup>  | MINERAÇÃO / PAPEL E CELULOSE / PETRÓLEO E GÁS / QUÍMICA E PETROQUÍMICA / SIDERURGIA |
| 2 <sup>a</sup> | BENS DE CAPITAL E INFRAESTRUTURA / CONSTRUÇÃO CIVIL / ELETROELETRÔNICO | 7 <sup>a</sup>  | MODA / TURISMO E HOTELARIA / VAREJO E ATACADO                                       |
| 3 <sup>a</sup> | CONFEDERAÇÕES E FEDERAÇÕES / CONSELHOS / CONSULTORIAS / EDUCAÇÃO       | 8 <sup>a</sup>  | LOGÍSTICA E TRANSPORTE / TRANSPORTES E MOBILIDADE                                   |
| 4 <sup>a</sup> | FARMACÊUTICO / HIGIENE E LIMPEZA / SAÚDE E BEM-ESTAR                   | 9 <sup>a</sup>  | COMUNICAÇÃO / TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO / TELECOMUNICAÇÕES                           |
| 5 <sup>a</sup> | ENERGIA / SANEAMENTO   | 10 <sup>a</sup> | FINANÇAS E SEGUROS  |